

کاربرد رنگ در گرافیک (بخش اول)

■ حامد خاکی

Using color in Graphics

Hamed Khaki

حامد خاکی، متولد ۱۳۳۹، سقز

کارشناس گرافیک

مدرس گرافیک بسته‌بندی و پوستر در دانشگاه شریعتی

ترجمه کتابهای: کاربرد رنگ و حروف در گرافیک،

گرافیک حرفه‌ای، فری‌هند به طور

مشترک و زبان رنگ (آماده چاپ)

متاسفانه در سیستم‌های آموزشی دانشگاهی، مبانی رنگ به گونه‌ای که درسی عمومی برای رشته هنرهای تجسمی، بدون در نظر گرفتن تفاوت‌های کاربردی، تدریس می‌شود و این امر نخستین گام در یادگیری غلط کاربرد رنگ در هر کدام از رشته‌ها می‌باشد.

از سال ۶۵-۱۹۶۳ که کتاب رنگ ایتن تدوین و چاپ گردیده است به عنوان منبع موثق بدون هیچ کم و کاستی در دانشگاه‌های هنر تدریس می‌شود. در خلال این سال‌ها رشد سریع تکنولوژی خود موجب ابطال و یا تردید در بعضی از نظریه‌ها گردید. آنچه در این سالها به عنوان مبانی رنگ تدریس گردیده، مبتنی بر استفاده از رنگیزه (گواش، آبرنگ، رنگ روغن و...) بوده است. پیدایش کامپیوتر و ورود آن به همه عرصه‌های هنرهای تجسمی و توسل بیش از حد گرافیکست‌ها به آن نیازمند نگرش مجدد به نحوه آموزش رنگ با استفاده از این تکنولوژی جدید است.

متاسفانه آنچه هم که به عنوان کتاب‌های هارمونی یا هم‌نشینی رنگ‌ها در ایران ترجمه و چاپ گردیده است بدون بحث درباره

در هر کدام از حیطه‌های هنرهای تجسمی، سوای ایده و مواد بکار گرفته شده، رنگ و فرم دو مقوله اساسی و غیر قابل تفکیک از هم‌اند. نویسنده با حروف و جملات، فضایی خلق می‌کند و نقاش با رنگ و فرم، شما را به موضوع دعوت می‌کند. نقاش با سفر به درونیات ذهنی، آنها را به معادلات بصری تبدیل و تا حدودی غریزی کار را به انجام می‌رساند اما گرافیکست با زمینه‌ای از قبل مهیا (سفارش) برداشت‌های ذهنی خود را با آن همساز می‌کند.

وجه تمایز نقاشی و گرافیک در رسانه‌ای بودن گرافیک است. همین خصلت موجب می‌شود که در ارتباط ابهامی وجود نداشته باشد.

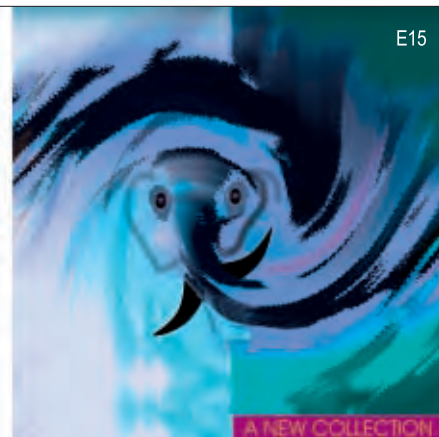
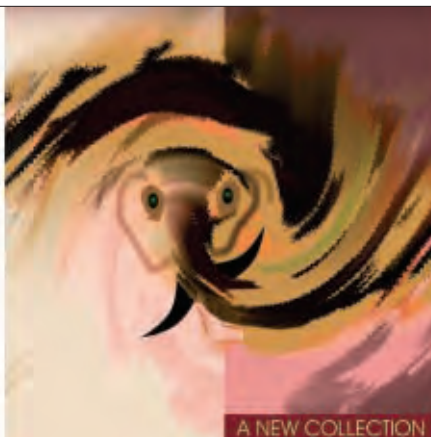
همانگونه که گفته شد، نقاش به اتکای گزینه اثری می‌آفریند، اما توسل بیش از حد گرافیکست به گزینه از تاثیر گذاری ارتباط می‌کاهد. نقاش دارای انتخاب پالت خاصی از رنگ‌ها برای خویش است، اما گرافیکست باید از علاقه‌مندی به پالت مورد علاقه‌اش بکاهد.





شاید جنبش دهه ۵۰ و ۶۰ در سوئیس به نام رویکردی به زبان جهانی و توسعه تولید و تکنولوژی بر حسب پیدایش این نگرش برپا گردید زیرا گرافیک در اصل تولید انبوه بود و یکی از شاخصه‌های جهان تکنولوژیک. به همین خاطر رعایت بعضی از موازین، ناشی از خصلت رسانه‌ای بودن گرافیک است. هر دوره‌ی جدیدی که متولد می‌شود و سبک خاصی در اعتراض به خمودی سبک رایج مرسوم می‌گردد بعد از اندک زمانی دوباره از طریق بعضی هنرمندان سبک پیشین مطرح و با زبانی امروزی ارائه می‌گردد. همان رویکرد دوباره نقاشی و طراحی به فیگور و اکثر آرم و لوگوهایی که امروزه به شیوه فیگوراتیو طراحی می‌شوند، اما در ایران هر امری با افراط‌گری زود هنگام آغاز می‌شود و بسیار زود به خاموشی می‌گراید چون از پشتوانه‌ای نظری برخوردار نیست. دانشگاهها در جهان امروز مکان تکثیر تفکرات پیشین هستند و اصول آکادمیک اصولی تجربه شده هستند که مسیری است تا دانشجو ضمن جستجوگری در مسیرهای دیگر از رفتن به

فرهنگ‌های ملل مختلف، چگونگی خلق فضاهای رنگی، تقدم پیش زمینه و پس زمینه بافت و ... مورد استفاده کاربران قرار می‌گیرد. استفاده از رنگ در هر محدوده جغرافیایی به تناسب فرهنگ، باور و اعتقادات آن محل متفاوت است و تعمیم ذهنیت‌های رنگی یک منطقه به کل جهان خطاست و متاسفانه در این زمینه در ایران بسیار کم کار شده یا پژوهش‌های علمی کمتر مورد توجه قرار گرفته است به همین دلیل، بسان اکثر رشته‌های فنی از فرآورده‌های دیگر ملل تغذیه می‌شود. اصولاً ویژگی جهان امروز عدم قطعیت در اصول و باورها و قوانین است همین امر باعث شده است که به اصول تجربه شده، با دیده انکار و تردید بنگرند، سوای از رشته‌های فنی که تداوم آن مستلزم رعایت بعضی از اصول و فنون است، در دهه‌های ۵۰ و ۶۰ عدول از اصول آکادمیک مطرح و در رشته‌های هنر بیشتر بر نایف یا هنر بدوی تاکید می‌شد هر چند که یکی از ویژگی‌های هنر به ویژه نقاشی ارجاع به همین اصل است اما تعمیم آن به رشته گرافیک خالی از خطا نیست





دارند و تنها حیطه رنگ خود را به همان محدود می‌کنند. اگر چه تردیدی نیست که این شیوه انتخاب در موضوعاتی می‌تواند ثمر بخش باشد اما فضای خلق شونده از اولویت برخوردار است. گرافیکست امروز بسیار مدیون شیوه نگرش مدرن به نقاشی است. مکاتب متفاوتی که در یکصد ساله اخیر بوجود آمدند موجب رشد و تعالی رشته گرافیک، به ویژه مکاتب متفاوت نقاشی تاکید بر گرایش به سوی اولویت با رنگ داشتند. گاهی با الهام از این مکاتب، آثاری گرافیکی بوجود آمد که به علت خصلت رسانه‌ای بودن رشته گرافیک، نتوانسته تاثیر گذار باشد. کاربرد رنگ در نقاشی با اتکا به امری عاطفی، فضایی هماهنگ به لحاظ رنگی، خلق می‌کند همانند شیوه‌های کلاسیک که بیشتر بر خاکستری‌های رنگی و تیره و روشنی رنگ‌ها تاکید داشتند، مثال E 15. اما در گرافیک علاوه بر ادراک جنبه‌های متفاوت رنگ باید بر دیداری بودن آن تاکید کرد همین خصیصه موجب می‌شود از پرداختن به جزئیات تا حدودی کاسته شود و وضوح در رتبه اول و نتیجه همین وضوح، کنتراست از آن حاصل شود، مثال E 25. سرآغاز، دستیابی به وضوح کنتراست است اما این کنتراست تنها به همجواری یا کاربرد رنگ سرد و گرم یا مکمل ختم نمی‌شود بلکه قبل از هر چیز باید به نحوه انتقال آن از طریق این کنتراست توجه نمود. همانگونه که در بالا اشاره شد باید با تغییر در روش دستیابی به رنگ موجب تغییر ذهنیت در امر انتخاب رنگ شویم. ذهنیت نو با استفاده از مدیوم‌های نو در کامپیوتر بر اساس

این مسیر مجدد باز داشته شوند. بعلاوه به واسطه دانسته‌های فراوان امروزی دستیابی به نگرشی نو جز از طریق مسیر رفته میسر نیست و هر اندیشه نویی باید زیر بنایی مستحکم از تجربه‌های گذشته داشته باشد. شاید نگاهی گذرا به لی‌آوت‌های آشفته‌ای که در چند سال اخیر شاهد حضور آنیم و موجب تقلیل تاثیر گذاری پیغام گرافیکی شده است، مصداق بارزی از این شیوه باشد. حیطه‌های متعدد گرافیک و کاربرد آن موجب می‌شود در انتخاب رنگ برای هر پروژه، به نحوی متفاوت عمل نماییم و گرته برداری از آثار خارجی موجب گمراهی و سردرگمی خواهد شد. هر چند که هنوز هم نظریات رنگ بر اساس نظریات اشخاصی مانند استوالد - مکسول، آیوز و غیره‌اند و این نظریات در جایگاه خویش مهم‌اند، اما نکته‌ای که امروزه مطرح است شیوه هماهنگی صفحه مانیتور با چرخه رنگی است که آنها ابداع کرده‌اند. جنبه‌های اکسپرسیون رنگ موجب می‌شود که رنگ را در لوگو به گونه‌ای انتخاب کنید و در جلد کتاب یا پوستر یا بسته‌بندی به گونه‌ای دیگر، مثال E 32 / E 16 / E 33. بنابراین تفاوت قائل شدن بین این حیطه‌های کاربردی حائز اهمیت است. از همان زمان که امپرسیونیست‌ها بر همجواری رنگ‌های سرد و گرم تاکید کردند و موجبات درخشش رنگ‌ها را فراهم آوردند، رنگ تیره و سیاه را از پالت خود خارج نمودند و درخشش رنگ نمودی دیگر پیدا کرد، مثال E 20. اکثر اشخاصی که مشغول به‌کارند (بویژه دانشجویان) بر کاربرد رنگ مکمل اصرار



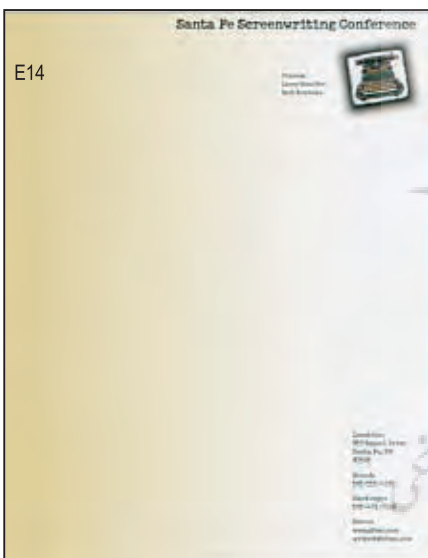
E14



E25



E14



E13



پوستری فرهنگی که بیشتر تاکید بر استفاده از جنبه‌های نمادین چه به لحاظ شکل، چه به لحاظ استفاده از رنگ دارد، می‌تواند توسط مخاطب قابل تفسیرتر باشد. شاید یکی از ویژگی‌های گرافیک فرهنگی همان جنبه‌های تفاسیر متفاوتی است که نسبت به آن دارند. بنابراین الزام به استفاده از یک نوع پالت رنگی نمی‌تواند کارساز باشد، مثال E 10.

به علاوه همان خصلت پیش روندگی و پس روندگی می‌تواند زمینه‌های کاربرد خود را برای شما تعریف نماید. استفاده از یک رنگ در سربرج که از فاصله ۳۰ الی ۵۰ سانتیمتری باید خوانده شود با بیل بوردی که در بزرگراهها با سرعت ۱۰۰ الی ۱۲۰ کیلومتر باید دیده شود دقت در انتخاب رنگ را به ما یادآور می‌شود، مثال E 13 / E 14 سربرج و بیل بورد.

بعضی عادت کرده‌اند که کارهای خود را بر اساس قاعده و قانون به سرانجام برسانند، اما یکی از کیفیت‌های جهان معاصر عدم قطعیت در هر مورد است.

به شیوه قانونمند کار کردن جز حذف لذت و جستجوگری دستاوردی دیگر ندارد. اشخاصی که عادت کرده‌اند کتاب ترکیبات رنگ را ورق زنند و از ترکیبات داده شده بدون آگاهی ترکیبی را انتخاب کرده و عمل نمایند، در بسیاری از فضاهایی که خلق می‌کنند، فضاها الکن و مصنوعی‌اند، مثال E 24.

در چند سال اخیر اکثر پوسترهایی که توسط گروهی از جوانان طراحی شده با گرایش و ادعای پست مدرنیسم گرایش به سمت

سیستم CMYK (جهت کارهای چاپی)، و با درج درصد ترام، طیف‌های متفاوتی حاصل می‌شود. بعضی اوقات افراد با خوشبینی مفرط ادعا دارند که مالک سیستمی با ۱۶ میلیون رنگ هستند اما تحقیقات نشان داده است که از لحاظ دیداری انسان قادر به تفکیک و تشخیص بیش از ۱۶ رنگ بطور همزمان نیست. بعلاوه ویژگی و خصلت گرافیک بر امر محدودیت در استفاده از تعدد رنگ‌ها تاکید دارد.

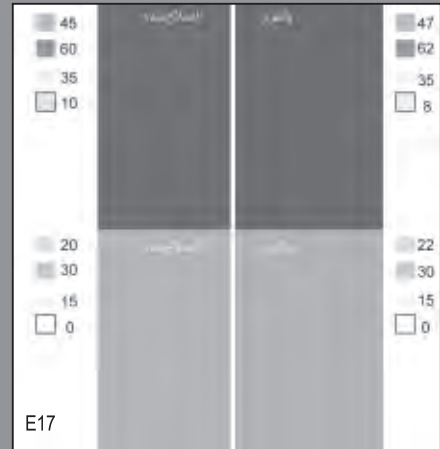
از دو ویژگی اساسی رنگ یعنی پیش روندگی (Dominate) که یکی از رنگ‌ها ایجاد عمق می‌نماید و دیگری از این زمینه دچار پردازش می‌شود، معمولاً رنگ‌های گرم خصلت پیش روندگی و رنگ‌های سرد خصلت پس روندگی دارند. به این کیفیت باید تیره و روشنی را اضافه کرد که به کاربرد رنگ بصورت تک رنگ برمی‌گردد. معمولاً لوگو یا جاهایی که نیاز به برجسته نمودن دارند آنها را با رنگ پیش رونده نمایش می‌دهند و رنگ‌هایی که ایجاد عمق می‌نمایند جهت پس زمینه استفاده می‌نمایند، به قول هوگارت:

رنگ را به گونه‌ای باید انتخاب کرد که مخاطب را به عمق بکشاند سپس طرح از داخل همانند مشتتی بر صورت او اصابت کند.

در یک بسته بندی انتخاب رنگ گرایش به استفاده از طبیعی بودن محصول رنگ / مزه / جامد / مایع و غیره دارد، مثال E 26.

در چنین پروژه‌ای استفاده از رنگی (پالت رنگ) که برای عموم همان برداشت اولیه را نتیجه دهد حائز اهمیت است. اما در

E26



E17

را نیز شامل شود.

۲- توازن: در طراحی هر اثر هنری با دو نوع توازن مواجه هستیم توازن متقارن و توازن نامتقارن یا فعال. ترکیب بندی چون در برگزیده اشکال موجود در طرح می باشد بنابراین شامل رنگ و سایه های رنگ نیز خواهد شد. در توازن متقارن سطوح رنگ آمیزی دارای نسبت های مساوی اند و غیر فعال اما در توازن نامتقارن سطوح رنگ آمیزی برابر نیستند. مرکز ثقل بصری همیشه توسط میزان توجهی تعیین می شود که از طریق رنگ ها و سایه های متقابل یا هر نوع هدایت چشمی در ترکیب بندی بوجود می آید. گاهی اوقات استفاده از کنتراست که موجب فعالیت و تحرک در صفحه می شود مفید است و بیشتر شامل گروه رنگ متضادی است که در دو سوی کار قرار می گیرند. گاهی وقت ها توازن از طریق روابط مکمل ها برقرار می شود.

۳- در کاری که حاوی چند رنگ است، حتماً باید یکی از رنگ ها غالب باشد: این تسلط یا غلبه چنانچه در کار تک رنگ باشد می تواند از طریق تیرگی و روشنی بوجود آید، برآیند رنگ باید بصورتی باشد که نسبت $1/3$ به $2/3$ حدوداً به چشم آید، اگر چنانچه تیرگی غالب است حدوداً $2/3$ سطح را بپوشاند و اگر سفید غالب است باید برآیند کل سطح به اندازه $2/3$ سطح کار باشد.

حال این تسلط می تواند تغییرات طبیعی باشد و یکی از رنگ ها در تغییرات طیفی غالب باشد، معمولاً رنگ های طبیعی ایجاد فضا

استفاده از پالت خاکستری های رنگی دارند که به کارکرد پیام ضربه می زند. رنگ های خاکستری رنگی که مشخصه دوران کلاسیک هستند از لحاظ دیداری ضعیف و خاموش اند، نه اینکه انتخاب رنگ های خاموش و خاکستری رنگی جای مذمت و ملامت باشد اما از این رنگ ها در اتمسفر و فضای شهری متأسفانه آن کارکردی که مورد انتظار است، حاصل نمی شود.

شناخت رنگ در عین اینکه پدیده چندان بغرنجی نیست و هر چند که تاکنون نیز بسیاری از جنبه های رنگ نامکشوف مانده است اما با انتخاب ساختاری صحیح می توان پیامی که مورد نظر است براحتی انتقال داد ولی انتخاب ناصحیح رنگ می تواند ایجاد ابهام نماید.

طبقه بندی رنگ در گرافیک بعلت واجد شرایط بودن هر پیام برای سن و سال مشخصی شاید بهترین شیوه دستیابی به انتخاب درست باشد. شناخت این تقسیمات مثلاً برای کودکان، بزرگسالان- صنعتی، طبیعی- تفکرزا، سرگرمی همان راهی است که باید جست.

تذکر چهار نکته در امر انتخاب رنگ ضروری است:

۱- محدودیت در انتخاب: هر چه تعداد رنگ های انتخابی کمتر باشد سطح به سطوح کمتری تقسیم شده و سطوح نسبتاً قابل تشخیص، بهتر می تواند پیام را انتقال دهد، این محدودیت می تواند سایه های یک رنگ



حضور رنگ‌های خاکستری یا خاکستری رنگی به علت عدم شناخت یا نامگذاری از طرف آنها نامانوس و غیر قابل شناخت است. هر چه سن بالاتر می‌رود چرخه رنگ توسعه و گسترش بیشتری پیدا می‌کند به گونه‌ای که با احتساب مدنیت و شهرنشینی حضور رنگ‌های مصنوعی و خاکستری رنگی و خاکستری ملموس‌تر است. در روستاها میدان شناخت رنگی آنها حدود مواد و مناظر طبیعی است که گرداگرد آنها قابل شناخت است و اسامی گذاری رنگ‌ها نیز بر همین اساس است، رنگ اناری - ماشی - آسمانی -

سبز زمردین - صدفی - سبز کاهویی - سبز مغز پسته‌ای - شتری - یاقوتی - آجری. حیطه اسامی گذاری اصولاً بسیار محدود است و رنگها را می‌توان بدون اسم گذاری از طریق رنگ‌های اولیه تشخیص داد.

سه ویژگی اصلی رنگ، فام / اشباع و ارزش، مسیریابی هستند که جهانی از رنگها را قابل دسترسی می‌کنند - در این میان باید به همان نظریه توسل جست که رنگ یا به سفیدی تمایل دارد یا سیاهی یا رنگ خاکستری است و این کلید اساسی برای ابتدایی‌ترین رنگها خواهد بود. ■

ادامه مقاله در شماره آینده

می‌نمایند چه سرد - چه گرم، مثال E 27. ۴- تکرار: تکرار رنگ در سطح کار می‌تواند هم حاوی ریتم باشد هم ایجاد خطوط ضمنی به جهت هدایت چشم و ارتباط عناصر را موجب شود. هنگام تصمیم‌گیری برای انتخاب رنگ می‌توان به این نکته هم اشاره کرد که هر رنگی که انتخاب می‌کنید بر اساس اینکه آیا رنگ است یا سیاه، سفید یا خاکستری، مهم است، چنانچه رنگ تمایل به سمت سیاه داشته باشد باید با رنگ سیاه متعادل شود (بخشی از سطح با سیاه متعادل می‌شود) اگر تمایل به سفید داشته باشد با سفید متعادل می‌شود و اگر به سمت خاکستری تمایل دارد با خاکستری متعادل می‌شود.

نکته‌ای که حائز اهمیت است، آن است که باید رنگ‌ها را به گونه‌ای انتخاب کرد تا هنگام بازآفرینی آنها با چاپ (فیلم و زینک) دچار افت شدید نشوند به همین صورت توصیه می‌شود که اگر از ترام بصورت ضرایب ۵ یا ۱۰ استفاده شود نتایج بهتری حاصل می‌شود. اکثر کاربران کامپیوتر، با استفاده از قطره چکان، رنگی انتخاب می‌کنند که این انتخاب باید تصحیح شود، با توجه به اینکه رنگ پنتون با درصدهای مختلف CMYK ارائه می‌گردد که حاوی درصدهایی از رنگ می‌باشد کار هنگام باز تولید دچار افت می‌شود. اکثر پنتون‌ها حاوی ضرایب رُندی نیستند، مثال E 17.

امروزه بواسطه وجود فیلترهای متعدد در کامپیوتر دسترسی و درست کردن بافت‌های متعدد امری آسان و بدیهی است اما نباید فراموش کرد که بافت بواسطه جذب و انعکاس نور، خصلت اولیه رنگ را از دست خواهد داد، و نمی‌توان آن را واجد پیامی دانست که مورد نظر است.

با توجه به تقسیماتی که قبلاً گفته شد رنگ می‌تواند جهت هر پروژه‌ای قابل دسترس‌تر باشد به گونه‌ای که جهت سنین پایین (کودکان) به علت عدم آگاهی، سواد، و غریزی فکر کردن اصولاً در انتخاب و دلبستگی به رنگها در همان رنگ ثانویه و اولیه انتخابشان را برمی‌گزینند به همین دلیل بسته بندی اسباب بازی بچه‌ها یا پوستری در ارتباط با کودکان می‌تواند رنگ‌هایی با درصد اشباع زیاد باشد.